

Analisis Dampak Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap Gaya Hidup Remaja Di Lingkungan RW 09 Kelurahan Bedahan Kecamatan Sawangan Kota Depok Provinsi Jawa Barat

Sifa Nurpadilah¹, Cut Dhien Nourwahida^{2*}, Yusran Ilyas³

^{1,2,3}UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Banten, Indonesia

Email Koresponden: cut.dhien@uinjkt.ac.id*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis dampak penggunaan media sosial TikTok terhadap gaya hidup remaja di RW 09 Kelurahan Bedahan, Kecamatan Sawangan, Kota Depok. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara terstruktur, observasi, dan dokumentasi terhadap 12 remaja pengguna aktif TikTok yang dipilih secara purposive, lalu dianalisis berdasarkan indikator gaya hidup Kotler dan Keller, yaitu Activity, Interest, dan Opinion (AIO), dengan Teori Ekologi Media Marshall McLuhan. Temuan inti pada aspek activity menunjukkan TikTok menyatu dengan rutinitas harian, mendorong adopsi tren, bahasa slang, dan perilaku konsumtif melalui TikTok Shop, sekaligus memicu kecenderungan prokrastinasi dan aktivitas baru seperti olahraga dan mendaki gunung. Pada aspek interest, algoritma For Your Page turut membentuk minat terhadap fashion, kecantikan, dan gaya hidup aktif, dengan Fear of Missing Out (FOMO) sebagai pendorong yang tidak berlaku seragam. Pada aspek opinion, TikTok memengaruhi cara berkomunikasi dan interaksi sosial, mempererat pertemanan namun berpotensi mengurangi interaksi dengan keluarga, serta membentuk pola pikir yang terbuka sekaligus instan. Dampak TikTok pada informan penelitian bersifat dua arah.

Kata Kunci: TikTok, Gaya Hidup, Remaja, Aktivitas, Minat, Opini, Ekologi Media.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital di era globalisasi telah membawa perubahan signifikan dalam cara manusia berkomunikasi, berinteraksi, dan menjalani kehidupan sehari-hari. Teknologi digital yang sangat dominan saat ini salah satunya adalah media sosial, yaitu merupakan platform komunikasi yang memungkinkan individu untuk berbagi informasi, pengalaman, dan pemikiran, dan telah menjadi bagian integral dalam kehidupan sehari-hari, terutama bagi kalangan remaja (Hermawan et al., 2025). Di era digital ini, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai arena di mana individu membangun dan mengekspresikan identitas sosial mereka. Tingginya penggunaan media sosial di Indonesia terlihat dari



data DataReportal Indonesia tahun 2025 yang mencatat jumlah penduduk Indonesia mencapai sekitar 279,4 juta jiwa, dengan 221 juta orang atau sekitar 79% di antaranya telah menggunakan internet. Dari jumlah tersebut, sebanyak 181 juta jiwa merupakan pengguna aktif media sosial atau sekitar 65% dari total populasi. Masyarakat Indonesia juga menghabiskan rata-rata 7 jam 42 menit per hari untuk menggunakan internet, dengan sekitar 3 jam 10 menit di antaranya digunakan untuk mengakses media sosial (Kemp, 2025). Data ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari aktivitas sehari-hari masyarakat. Situasi ini sangat relevan bagi remaja, yang berada pada tahap perkembangan yang ditandai dengan tingginya interaksi sosial dan penggunaan teknologi digital.

Di sisi lain, tingginya intensitas penggunaan media sosial juga memunculkan berbagai masalah di kalangan remaja. Penyalahgunaan media sosial dapat menyebabkan kecanduan, penurunan interaksi sosial secara tatap muka, serta munculnya perilaku negatif seperti ujaran kebencian dan konsumsi konten yang tidak pantas (A. F. Ramadhani & Jatnika, 2025). Selain itu, media digital dimanfaatkan untuk berbagai bentuk promosi yang menyasar kaum muda termasuk iklan pinjaman daring di dalam permainan seluler sehingga membuat remaja semakin rentan terhadap perilaku konsumeristik dan pengambilan keputusan keuangan yang tidak bijak (Salehudin, 2026). Kebiasaan terus-menerus mengonsumsi konten berdurasi pendek juga menyulitkan remaja untuk mempertahankan konsentrasi dalam jangka waktu yang lama, terutama saat belajar (Yuniarti, 2025). Salah satu platform media sosial yang paling populer dan banyak digunakan oleh remaja Indonesia saat ini adalah TikTok sebuah aplikasi berbagi video berdurasi pendek yang memungkinkan pengguna untuk membuat, menyunting, dan membagikan konten menggunakan beragam filter serta musik latar. TikTok tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai wadah bagi remaja untuk mengekspresikan identitas, mengikuti tren, dan melakukan interaksi sosial secara virtual, sehingga turut membentuk gaya hidup baru di kalangan mereka. Gaya hidup mencerminkan pola kehidupan individu yang tertuang dalam aktivitas, minat, dan opini mereka terhadap lingkungan sekitar, termasuk cara mereka menghabiskan waktu dan mengalokasikan sumber

daya sehari-hari (D. Tarigan, 2020). Pada masa remaja, pembentukan gaya hidup sangat erat kaitannya dengan pengaruh media sosial, karena remaja cenderung mengamati dan meniru tren, perilaku, serta gaya yang ditampilkan di ruang digital sebagai bentuk ekspresi diri. Fenomena ini terlihat jelas pada remaja di lingkungan RW 09 Kelurahan Bedahan, Kecamatan Sawangan, Kota Depok; observasi awal menunjukkan bahwa TikTok telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari mereka, berfungsi sebagai sarana hiburan dan komunikasi, sumber informasi mengenai tren populer dan bahasa gaul, serta topik pembicaraan utama dalam interaksi sosial sehari-hari.

Fenomena mengenai pengaruh media sosial terhadap gaya hidup remaja ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Kusuma (2020), yang menemukan bahwa media sosial berdampak signifikan terhadap gaya hidup sosial mahasiswa memengaruhi pola pikir, pola komunikasi, minat, pandangan budaya, serta orientasi perilaku sosial mereka sekaligus menimbulkan potensi dampak negatif seperti kecanduan dan perubahan gaya komunikasi dengan orang yang lebih tua (Rr. Chusnu Syarifa Diah Kusuma, 2020). Penelitian oleh Auliya dkk. (2023) lebih lanjut menunjukkan bahwa penggunaan media sosial di kalangan remaja Indonesia dapat memengaruhi konsentrasi dan produktivitas akademik, mengganggu pola tidur, serta memengaruhi persepsi diri (Auliya et al., 2023). Namun, studi yang ada umumnya berfokus pada mahasiswa atau membahas media sosial secara umum, penelitian yang secara khusus mengkaji dampak media sosial TikTok terhadap gaya hidup remaja dalam konteks sosial tertentu masih relatif terbatas. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak penggunaan platform media sosial TikTok terhadap gaya hidup remaja di lingkungan RW 09 Kelurahan Bedahan, Kecamatan Sawangan, Kota Depok. Analisis ini didasarkan pada tiga indikator gaya hidup yaitu aktivitas, minat, dan opini dengan tujuan memperoleh gambaran empiris yang lebih komprehensif mengenai fenomena tersebut dalam konteks sosial yang konkret.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, yaitu pendekatan untuk memahami secara mendalam suatu fenomena sosial atau

perilaku manusia dengan menekankan konteks dan makna dari interaksi individu maupun kelompok (Nurhayati & Apriyanto, 2024). Metode ini dipilih karna memberikan kesempatan bagi peneliti untuk meraih pemahaman yang mendalam tentang fenomena yang sedang diselidiki (Yulindawati, 2024). Dalam penelitian ini metode kualitatif dipilih karna dapat mendeskripsikan secara mendalam bagaimana remaja mengalami dan memaknai penggunaan TikTok, sehingga diperoleh gambaran utuh mengenai dampaknya terhadap gaya hidup mereka. Adapun jenis penelitian yang digunakan adalah studi kasus, yaitu inkuiri empiris yang mendalami suatu fenomena dalam konteks kehidupan nyata (Waris, 2022), dengan kasus yang dikaji berupa dampak penggunaan media sosial TikTok terhadap gaya hidup remaja di RW 09 Kelurahan Bedahan, Kecamatan Sawangan, Kota Depok. Teknik pengumpulan data utama adalah wawancara terstruktur dengan pedoman pertanyaan yang sama bagi seluruh informan agar jawaban dapat dibandingkan, serta observasi dan dokumentasi sebagai data pendukung. Penelitian dilaksanakan di lokasi tersebut pada Juni 2026. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang ditentukan peneliti (Nurhayati, Apriyanto, 2024). Sampel berjumlah 12 remaja, terdiri atas tiga informan dari masing-masing RT 01 hingga RT 04, dengan kriteria usia 15–20 tahun, berdomisili di lokasi penelitian, dan aktif menggunakan TikTok minimal enam bulan. Jumlah 12 informan dipertimbangkan agar setiap RT terwakili setara oleh tiga informan, sehingga variasi usia, jenis kelamin, dan status (pelajar, pekerja, lulusan baru) tergambar, sekaligus memungkinkan pendalaman pada tiap informan sesuai karakter studi kasus yang tidak bertujuan menggeneralisasi.

Table 1 Profil Informan Penelitian

No	Inisia 1	Usia	Jenis Kelamin	Domisili	Mulai Menggunakan TikTok	Status
1.	SN	16 Tahun	Perempuan	RT 01/RW 09	2022	Pelajar
2.	SA	17 Tahun	Perempuan	RT 01/RW 09	2021	Pelajar

3.	MN	17 Tahun	Laki-laki	RT 01/RW 09	2021	Pelajar
4.	DP	17 Tahun	Perempuan	RT 02/RW 09	2020	Pelajar
5.	SP	19 Tahun	Perempuan	RT 02/RW 09	2019	Mahasiswa
6.	MAP	17 Tahun	Laki-laki	RT 02/RW 09	2020	Pelajar
7.	ZF	16 Tahun	Perempuan	RT 03/RW 09	2020	Pelajar
8.	MIR	16 Tahun	Laki-laki	RT 03/RW 09	2020	Pelajar
9.	MF	17 Tahun	Laki-laki	RT 03/RW 09	2019	Pelajar
10.	HS	19 Tahun	Perempuan	RT 04/RW 09	2019	Pekerja
11.	MT	19 Tahun	Laki-laki	RT 04/RW 09	2020	Pekerja
12.	BJA	18 Tahun	Laki-laki	RT 04/RW 09	2019	Baru Lulus SMA

Setelah memperoleh data dari hasil wawancara dengan para informan, kemudian data dianalisis menggunakan model interaktif Miles dan Huberman melalui reduksi data, penyajian data dalam bentuk naratif deskriptif berdasarkan indikator AIO (*Activity, Interest, Opinion*), dan penarikan kesimpulan (Umar Sidiq, dan Miftachul Choiri, 2019). Validitas data dijaga melalui triangulasi. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan jawaban antarinforman dari RT dan latar belakang berbeda; perbedaan jawaban tidak diseragamkan, tetapi dicatat sebagai variasi temuan. Triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara dengan catatan observasi (misalnya penggunaan istilah slang dan kebiasaan memegang gawai saat berkumpul) serta dokumentasi. Triangulasi waktu dilakukan dengan memeriksa konsistensi jawaban pada waktu pengambilan data yang berbeda.

Pembahasan/hasil

A. Dampak Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap Gaya Hidup Remaja

Kotler dan Keller berpendapat bahwa gaya hidup adalah sebuah pola hidup individu di dunia yang diekspresikan melalui aktifitas, minat dan

opiniya. Seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di dunia tergambar dalam gaya hidup (Alfarauq et al., 2023). Gaya hidup tersebut tidak terbentuk dalam ruang hampa, melainkan turut dipengaruhi oleh lingkungan media yang dikonsumsi individu sehari-hari, salah satunya media sosial TikTok yang kini menjadi bagian tidak terpisahkan dari keseharian remaja.

Untuk menjelaskan bagaimana media seperti TikTok dapat membentuk gaya hidup penggunanya, hasil penelitian ini dianalisis menggunakan perspektif Teori Ekologi Media Marshall McLuhan, yang menjelaskan bahwa media bukan sekadar alat penyampai pesan, melainkan turut membentuk pola pikir, perilaku, dan cara individu berinteraksi dengan lingkungannya (R. Tarigan, 2024). Melalui tiga asumsi dasarnya, yaitu media yang dimasukkan ke dalam setiap tindakan dalam masyarakat, media yang memperbaiki persepsi dan mengatur pengalaman individu, serta media yang mengikat dunia bersama-sama ke dalam satu kesatuan pengalaman kolektif melalui konsep desa global (*global village*) (Gufron, 2025), teori ini digunakan untuk memahami bagaimana TikTok membentuk tindakan, cara pandang, dan keterhubungan sosial remaja RW 09.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan remaja di lingkungan RW 09 Kelurahan Bedahan, penggunaan TikTok tampak berkaitan dengan perubahan pada beberapa aspek gaya hidup mereka. Analisis difokuskan pada tiga indikator Kotler dan Keller, yaitu Activity, Interest, dan Opinion (AIO), dengan membandingkan temuan setiap indikator dengan penelitian terdahulu. Karena penelitian ini berupa studi kasus dengan 12 informan, temuan dibaca sebagai kecenderungan pada informan penelitian, bukan generalisasi terhadap seluruh remaja.

1. Aspek Activity (Aktivitas)

Indikator activity berkaitan dengan bagaimana individu memanfaatkan waktu dan menjalani kegiatan sehari-hari, termasuk pola dan intensitas penggunaan media sosial. Temuan inti pada aspek ini menunjukkan bahwa TikTok telah menyatu dengan rutinitas harian informan. Mayoritas informan mengakses TikTok hampir setiap hari, dengan pola waktu yang tersebar mulai dari bangun tidur hingga menjelang tidur malam. Informan yang telah bekerja menunjukkan pola lebih terbatas karena terikat rutinitas kerja, sedangkan

informan yang belum memiliki kesibukan tetap mengakses TikTok hingga larut malam.

Aktivitas informan tidak berhenti pada menonton. Sebagian besar juga membuat dan mengunggah konten serta berinteraksi melalui fitur seperti streak, sehingga penggunaan TikTok bergeser dari konsumsi pasif menuju partisipasi aktif. Pada informan yang telah bekerja, TikTok dimanfaatkan untuk mencari ulasan produk, tips pekerjaan, dan referensi tempat nongkrong, yang menunjukkan pergeseran fungsi dari hiburan menjadi sumber referensi gaya hidup.

Intensitas penggunaan yang tinggi berdampak ganda. Di satu sisi, paparan konten terus-menerus melalui algoritma For Your Page yang sangat personal membuat sebagian informan sulit melepaskan diri dari aplikasi, sehingga menunda kewajiban, kurang responsif terhadap permintaan orang tua, dan mengalami gangguan pola tidur.

Kecenderungan prokrastinasi ini konsisten dengan hasil penelitian terdahulu yang menemukan hubungan positif kuat antara intensitas konsumsi konten TikTok dengan tingkat prokrastinasi digital mahasiswa, di mana semakin tinggi frekuensi dan durasi penggunaan, semakin besar pula kecenderungan menunda aktivitas produktif (Asyri Abghi Rahmah, Hudi Santoso, 2026). Di sisi lain, media sosial TikTok juga berperan sebagai katalis munculnya aktivitas baru yang positif, seperti kebiasaan berolahraga, memasak, dan mendaki gunung, seperti yang dialami sebagian informan.

Hal ini menunjukkan bahwa media tidak selalu berdampak destruktif, melainkan turut memperluas kemampuan remaja untuk mencoba pengalaman dan kebiasaan baru. Informan juga mengadopsi tren viral secara selektif, mulai dari dance dan velocity, fashion dan skincare, hingga mendaki gunung dan mengunjungi kafe, dan adopsi ini meluas ke ranah bahasa karena istilah populer TikTok masuk ke percakapan sehari-hari. Dalam kerangka asumsi pertama Teori Ekologi Media, TikTok bekerja sebagai lingkungan yang mengubah tontonan menjadi tindakan nyata, dari aktivitas fisik hingga cara berbahasa (Nurfiyadi & Pribadi, 2024).

Perubahan kebiasaan juga terlihat pada pergeseran sumber informasi dari mesin pencari atau YouTube ke TikTok, sejalan dengan temuan bahwa

popularitas TikTok menurunkan penggunaan Google di kalangan Generasi Z karena kemudahan akses, personalisasi algoritma, dan format video pendek (Ramadhina et al., 2025). Selain itu, TikTok turut mendorong perilaku konsumtif remaja melalui fitur TikTok Shop, yang terlihat dari kecenderungan sebagian informan membeli atau mencoba produk setelah melihat ulasan di beranda TikTok. Hal ini diperkuat oleh temuan bahwa penggunaan TikTok Shop memberikan pengaruh sebesar 21,3% terhadap perilaku konsumtif remaja usia sekolah (Jannah et al., 2025). Fitur belanja yang terintegrasi dalam aplikasi menjadikan menonton dan membeli satu rangkaian aktivitas, pola yang juga tampak pada informan yang membeli produk fashion maupun skincare setelah melihat ulasan di beranda.

2. Aspek Interest (Minat)

Minat atau ketertarikan menunjukkan perhatian seseorang terhadap hal-hal yang dianggap penting atau menarik. Ketertarikan ini bisa berupa minat terhadap mode, makanan, hiburan, teknologi, maupun gaya hidup tertentu. Minat dapat terlihat dari perhatian remaja terhadap fashion, musik, hiburan, makanan viral, teknologi, maupun tren yang berkembang di media sosial (Mukuan et al., 2023).

Pada informan penelitian terdapat kecenderungan preferensi konten yang berbeda antara perempuan dan laki-laki. Informan perempuan cenderung lebih menyukai konten kecantikan, seperti skincare dan make up, sedangkan informan laki-laki cenderung lebih tertarik pada konten olahraga dan sepak bola. Pada tren viral, sebagian informan lebih tertarik pada kecantikan dan fashion, sedangkan yang lain pada gaya hidup sosial seperti nongkrong di kafe dan outfit kalcer. Pola ini menunjukkan bahwa algoritma FYP, sebagai bagian dari medium, tampak turut membentuk kategori minat baru pada informan berdasarkan jejak tontonan dan identitas penggunaanya, bukan sekadar menyalurkan minat yang telah ada (R. Tarigan, 2024). Ketertarikan ini juga tampak jelas pada gaya berpakaian, mulai dari kecenderungan memakai hoodie dan baggy jeans yang terpengaruh istilah 'kalcer' dan 'skena'. Kecenderungan ini sejalan dengan penelitian Sari dan Risdayati (2023) yang menunjukkan bahwa tren viral di TikTok berpengaruh

signifikan terhadap gaya berpakaian remaja. TikTok juga tampak mendorong keinginan membeli atau mencoba sesuatu secara impulsif pada sebagian besar informan, misalnya pembelian perangkat berharga mahal setelah terpengaruh konten.

Dalam kerangka asumsi kedua Teori Ekologi Media, visualisasi konten ulasan yang menarik di FYP membentuk pengalaman yang mendorong keputusan membeli secara spontan, tidak selalu didasari kebutuhan nyata. Faktor yang membuat informan terus kembali menggunakan TikTok didominasi oleh variasi konten yang tidak membosankan dan algoritma yang dinilai memahami minat mereka secara personal, sehingga daya tarik TikTok bersumber dari karakteristik mediumnya, bukan hanya isi kontennya.

Dorongan untuk mengikuti tren agar tidak tertinggal dari lingkungan pertemanan turut menjadi salah satu faktor yang memengaruhi minat remaja, sejalan dengan fenomena Fear of Missing Out (FoMO) di kalangan pengguna TikTok (Septiassani & Widiansyah, 2026). Dalam kerangka asumsi ketiga Teori Ekologi Media, algoritma yang menampilkan tren serupa kepada banyak remaja menjadikan tren sebagai referensi kolektif, sehingga individu berisiko tidak nyambung dengan lingkungan sosialnya apabila tidak mengikutinya (R. Tarigan, 2024). Sebagian besar informan secara tegas mengakui adanya dorongan tersebut, yang terutama muncul saat berkumpul dengan teman agar tetap dapat menyambung obrolan.

Meskipun demikian, dua informan justru menegaskan bahwa keikutsertaan mereka dalam tren murni karena kesukaan pribadi, bukan karena takut tertinggal. Temuan ini menunjukkan bahwa FOMO bukan satu-satunya penjelas dan tidak berlaku seragam. TikTok menyediakan lingkungan yang mendorong kesamaan referensi, tetapi penerimaannya tetap disaring oleh preferensi dan pertimbangan pribadi, sehingga pengaruh medium tidak bekerja secara deterministik.

3. Aspek Opinion (Opini)

Pada aspek opini, mayoritas informan memandang penggunaan TikTok di kalangan remaja sebagai hal yang wajar dan telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari, sepanjang digunakan secara bijak. Meski demikian,

sebagian informan menyampaikan kekhawatiran terhadap paparan konten yang kurang pantas bagi remaja di bawah umur, sehingga kemampuan menyaring konten dinilai penting. Penilaian terhadap dampak TikTok pun bersifat dua sisi; mayoritas menilai dampaknya lebih banyak positif, sementara satu informan menilainya condong negatif akibat perilaku konsumtif yang dialaminya.

Pandangan yang beragam ini menunjukkan bahwa opini remaja terhadap TikTok tidak muncul begitu saja, melainkan terbentuk dari pengalaman berulang berinteraksi dengan medium tersebut (Tarigan, 2024), sebagaimana asumsi kedua Teori Ekologi Media. Dari sisi komunikasi, informan menggunakan istilah slang seperti cegil, red flag, dan bhap yang muncul berulang dalam wawancara maupun saat observasi.

Istilah-istilah TikTok tersebut cenderung diadopsi ke dalam gaya bicara informan. Kesamaan istilah ini mencerminkan asumsi ketiga Teori Ekologi Media tentang desa global: algoritma TikTok cenderung menampilkan konten serupa kepada banyak remaja dalam waktu berdekatan, sehingga pengalaman yang dikonsumsi secara individual berubah menjadi referensi bersama, sejalan dengan temuan bahwa tren digital telah bergeser dari pilihan personal menjadi referensi kolektif dalam interaksi sosial (Septiassani & Widiensyah, 2026). Pengaruh TikTok terhadap interaksi sosial remaja juga bersifat dua arah. Di satu sisi, referensi konten yang sama mempermudah remaja membangun percakapan dan mempererat pertemanan, sementara kebiasaan membagikan video untuk menjelaskan suatu kejadian menggeser preferensi komunikasi ke arah yang lebih instan dan visual. Di sisi lain, pengaruh ini juga berdampak pada interaksi di lingkungan keluarga, karena sebagian informan mengakui lebih sering memegang gawai untuk mengakses TikTok daripada berbincang dengan orang tua.

Kondisi ini menggambarkan pola *phubbing*, yaitu perilaku mengabaikan interaksi tatap muka karena teralihkan oleh gawai, sebagaimana turut ditemukan dalam penelitian Ramadhani dkk. (2024) pada remaja pengguna TikTok, di mana kedekatan dengan lingkaran pertemanan yang terbentuk dari kesamaan konten justru berbanding terbalik dengan kualitas interaksi di lingkungan keluarga (N. V. Ramadhani et al., 2024).

Dengan demikian, TikTok sebagai medium mempererat relasi dalam lingkup pertemanan sebaya, tetapi berpotensi merenggangkan relasi dalam keluarga.

Terkait pentingnya mengikuti tren, sebagian besar informan tidak menganggapnya sebagai kewajiban mutlak, melainkan menyaring tren yang layak diikuti. Tren yang dinilai positif, sesuai minat, dan bermanfaat sebagai bahan obrolan cenderung diikuti, sedangkan tren yang dinilai aneh, memicu rasa tidak percaya diri, atau bersifat toksik cenderung diabaikan. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan mengikuti tren bukan sekadar refleksi FOMO, melainkan melibatkan pertimbangan antara manfaat sosial dan potensi dampak psikologis negatif; dorongan FOMO pada aspek interest dengan demikian diimbangi kesadaran kritis pada aspek opinion.

Pada aspek pola pikir, TikTok dinilai membentuk cara pandang yang terbuka sekaligus instan. Sebagian informan memperoleh wawasan baru mengenai isu seperti kesehatan mental, kesetaraan gender, dan politik dari konten edukatif, tetapi format yang singkat dan cepat juga membuat sebagian lainnya mudah bosan terhadap penjelasan panjang. Temuan ini sejalan dengan Kiko (2025) yang menunjukkan bahwa intensitas penggunaan TikTok berpengaruh signifikan terhadap pola pikir remaja, dan dalam kerangka asumsi kedua Teori Ekologi Media menunjukkan bahwa karakteristik medium turut memperbaiki persepsi penggunaannya. Kecenderungan gaya hidup yang lebih konsumtif dan berorientasi estetika visual sejalan dengan Sinaga dan Mailin (2023), serta memperkuat Kusuma (2020) dan Auliya dkk. (2023) yang menunjukkan bahwa media sosial memengaruhi cara berpikir, pola komunikasi, dan konsentrasi remaja.

Secara keseluruhan, ketiga indikator menunjukkan pola yang saling terkait. Pada aspek activity, TikTok mengubah cara remaja membagi waktu dan mendorong tindakan nyata; pada aspek interest, algoritma FYP membentuk persepsi tentang apa yang menarik dan layak diikuti; dan pada aspek opinion, kesamaan tontonan menciptakan pengalaman kolektif yang tercermin dalam bahasa dan topik percakapan. Dibandingkan penelitian terdahulu yang cenderung menyoroti dampak TikTok secara parsial, penelitian ini mengkaji ketiga dimensi gaya hidup secara bersamaan pada remaja di satu lingkungan RW melalui studi kasus, sehingga menangkap

variasi pengalaman informan, termasuk informan yang tidak mengikuti dorongan tren. Hasil ini juga menunjukkan bahwa Teori Ekologi Media tetap relevan untuk media sosial berbasis video pendek, dengan catatan bahwa pengaruh medium berlangsung sebagai kecenderungan yang disaring oleh preferensi dan konteks masing-masing remaja.

Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa penggunaan media sosial TikTok memberikan dampak yang terlihat terhadap gaya hidup remaja informan di RW 09 Kelurahan Bedahan pada aspek activity, interest, dan opinion. Pada aspek activity, TikTok menyatu dengan rutinitas harian, memicu kecenderungan prokrastinasi sekaligus mendorong aktivitas baru yang positif, adopsi tren, bahasa slang, dan perilaku konsumtif melalui TikTok Shop. Pada aspek interest, algoritma TikTok tampak turut membentuk minat baru, terutama pada fashion, kecantikan, dan gaya hidup aktif, serta mendorong keinginan membeli impulsif dan dorongan FOMO yang tidak berlaku seragam. Pada aspek opinion, TikTok memengaruhi cara berkomunikasi dan pola interaksi sosial yang bersifat dua arah, serta membentuk pola pikir yang terbuka namun instan. Temuan ini merupakan kecenderungan pada informan penelitian, bukan generalisasi terhadap seluruh remaja.

Hasil penelitian ini menunjukkan relevansi tiga asumsi Teori Ekologi Media Marshall McLuhan: TikTok masuk ke dalam tindakan sehari-hari remaja, memengaruhi persepsi dan pengalaman mereka, serta menciptakan pengalaman kolektif melalui kesamaan tren dan bahasa. Dengan demikian, TikTok bukan sekadar sarana hiburan pasif, melainkan medium yang turut membentuk gaya hidup remaja. Berdasarkan temuan tersebut, literasi digital perlu diperkuat agar remaja mampu menyaring tren dan konten, orang tua berperan mendampingi penggunaan TikTok serta menjaga kualitas interaksi di rumah, dan remaja didorong memanfaatkan TikTok untuk hal positif seperti informasi dan aktivitas baru. Penelitian selanjutnya disarankan mengkaji kelompok usia atau wilayah yang lebih beragam.

Daftar Pustaka

- Alfarauq, F. A., Syaripulloh, S., & Ishaq, R. (2023). Dampak Budaya Akademik Kampus Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Perantau Mahasiswa Tadris IPS UIN Jakarta. In *Sosio-Didaktika: Social Science Education Journal* (Vol. 10, Nomor 1). <https://doi.org/10.15408/sd.v10i1.32342>.
- Asyri Abghi Rahmah, Hudi Santoso, L. D. (2026). Pola Konsumsi Konten Tiktok Dengan Prokrastinasi Digital Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Singaperbangsa Karawang. *EduTIK: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 3(5), 89–99.
- Auliya, A. A., Yahya, A. B., & Hurryos, F. K. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja di Indonesia. *Jurnal Harmoni Nusa Bangsa*, 1(1), 57. <https://doi.org/10.47256/jhnb.v1i1.297>.
- Dr. Umar Sidiq, M.Ag Dr. Moh. Miftachul Choiri, M. (2019). Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan. In *Cv Nata Karya* (1 ed., Vol. 53, Nomor 9). CV. Nata Karya. [http://repository.iainponorogo.ac.id/484/1/METODE PENELITIAN KUALITATIF DI BIDANG PENDIDIKAN.pdf](http://repository.iainponorogo.ac.id/484/1/METODE%20PENELITIAN%20KUALITATIF%20DI%20BIDANG%20PENDIDIKAN.pdf)
- Gufron, M. N. A. N. (2025). Psikologi Media Sosial. In A. Lestari (Ed.), *Pijar Pendar Pustaka* (Nomor March). Pijar Pendar Pustaka.
- Hermawan, A., Purba, N., Hardiani, N. N., Albertus, Y., Aritonang, S., Gultom, N. M., Elektro, P. T., & Medan, U. N. (2025). Peran Media Sosial Dan Konten Digital Dalam. *Jurnal Sains Student Research*, 3(5), 1177–1187.
- Jannah, I., Dwi Bahtiar El Rizaq, A., & Hadiatur Rahman, M. (2025). Pengaruh Penggunaan TikTok Shop terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Usia Sekolah di Era Digital. *ENTITA: Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial dan Ilmu-Ilmu Sosial*. <https://doi.org/10.19105/ejpis.v1i.19169>
- Kemp, S. (2025). *Digital 2025: Indonesia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia>
- Mukuan, D. D. S., Tendean, V. S., & Tampi, J. R. E. (2023). The Influence of Lifestyle and Price on Purchase Decisions for Starbucks Manado Town Square Products. *Productivity*, 4(1), 61–67.
- Nurfiyadi, I. S., & Pribadi, M. A. (2024). Ekologi Media Sosial TikTok @ Pandawaragroup. *Koneksi*, 490–497.
- Nurhayati, Apriyanto, A. J. (2024). *Metode Penelitian Kualitatif (Teori dan Praktik)* (1 ed.). SonPedia Publishing Indonesia. www.sanabil.web.id

- Ramadhani, A. F., & Jatnika, D. C. (2025). Dinamika Interaksi Sosial Remaja Di Era Digital Dan Peran Pekerja Sosial. *Share : Social Work Journal*, 14(2), 148–155. <https://doi.org/10.24198/share.v14i2.59963>
- Ramadhani, N. V., Dewi, P. S., Putri, R. S., Diah, S. H., Aulia, V. C., & Surian, J. (2024). Fenomena phubbing remaja dalam penggunaan tiktok. *Al-Furqan: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya*, 3(6), 2810–2826.
- Ramadhina, A. P., Salsabila, J., & Emanuella, M. (2025). TikTok dan Mediamorphosis: Peran TikTok Sebagai Mesin Pencari Baru untuk Generasi Z. *MEDIASI Jurnal Kajian dan Terapan Media, Bahasa, Komunikasi*, 6(2), 183–196. <https://doi.org/10.46961/mediasi.v6i2.1598>
- Rr. Chusnu Syarifa Diah Kusuma. (2020). Dampak Media Sosial Dalam Gaya Hidup Sosial. *Jurnal Efisiensi-Kajian Ilmu Administrasi*, 17, 15–33.
- Salehudin, I. (2026). *Bagaimana Pinjol Menjerat Anak Muda Lewat Mobile Games*. Universitas Indonesia. <https://scholar.ui.ac.id/en/clippings/bagaimana-pinjol-menjerat-anak-muda-lewat-mobile-games/>
- Septiassani, K. Z., & Widiensyah, S. (2026). Budaya Tren Digital dan Fenomena Fear of Missing Out (FoMO) di Kalangan Mahasiswa Pengguna Tiktok. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 5(1), 13187–13194. <https://doi.org/10.31004/riggs.v5i1.7856>
- Tarigan, D. (2020). Kajian Gaya Hidup Masyarakat Di Kelurahan Bahu Kecamatan Malalyang Kota Manado. *Acta Diurna*, IV, 1–15.
- Tarigan, R. (2024). Media Pembawa Perubahan: Tinjauan atas Teori Ekologi Media [Media Bringing Change: A Review of Media Ecology Theory]. *Jurnal Lectura*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.19166/lectura.v1i1.8673>
- Waris, L. (2022). Metodologi Penelitian Kualitatif: Keabsahan Data Penelitian. In *PT Global Eksekutif Teknologi*. <https://scholar.google.com/citations?user=O-B3eJYAAAAJ&hl=en>
- Yulindawati. (2024). Analisis Pengelolaan Alokasi Dana Desa dan Dampaknya terhadap Pemberdayaan Masyarakat: Studi Kasus di Desa. *WATHAN: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 1(2), 107–123. <https://jurnal.fanshurinstitute.org/index.php/wathan%7C107>
- Yuniarti, Z. (2025). *Benarkah Media Sosial Berpengaruh terhadap Rentang*

Fokus Remaja? Indonesia Heritage Foundation.
https://ihf.or.id/benarkah-media-sosial-berpengaruh-terhadap-rentang-fokus-remaja/?utm_